



Editor Officer : PPPM Institut Teknologi Pagar Alam Jl Masik Siagim No.75
Kec Dempo Tengah Kota Pagar Alam Sumatera Selatan Indonesia
Email : Ngabdimas@lppmsttpagaralam.ac.id
Alamat Jurnal : <https://ejournal.pppmitpa.or.id/>

REDESAIN KEMASAN KOPI BERBASIS ERGONOMIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK

¹⁾ Nyimas Siti Aisyah, ²⁾ Pajri Dwi Saputra, ³⁾ Septa Hardini

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Bina Darma

Jl. Jenderal Ahmad Yani No.3, 9/10 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera
Selatan 30111

*Email: nyimassitiaisyah042@gmail.com, pajridwi06@gmail.com, septahardini@gmail.com

Abstrak

Pengemasan kopi memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing produk, terutama di pasar yang kompetitif. CV Kopi Biji Palembang, sebagai salah satu pelaku UMKM di bidang kopi, menghadapi tantangan dalam menciptakan kemasan yang ergonomis, fungsional, dan ramah lingkungan untuk menarik perhatian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mendesain ulang kemasan kopi berbasis ergonomis guna meningkatkan daya tarik visual, kenyamanan penggunaan, dan keberlanjutan produk. Metode yang digunakan meliputi pengumpulan data melalui survei, wawancara, observasi langsung, serta analisis menggunakan check sheet dan diagram Pareto. Redesain kemasan melibatkan pengembangan konsep desain yang memprioritaskan aspek ergonomi, seperti kemudahan membuka dan menyimpan kemasan, bahan ramah lingkungan, serta informasi yang jelas pada label. Hasilnya menunjukkan bahwa kemasan baru tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen tetapi juga mampu meningkatkan citra merek dan daya saing produk di pasar lokal maupun internasional. Kemasan yang ergonomis memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mendukung keberlanjutan lingkungan. Penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi desain ergonomis dalam strategi pengembangan produk untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM.

Kata Kunci : daya saing produk, ergonomi, keberlanjutan, kemasan kopi, UMKM

1. PENDAHULUAN.

Dalam dunia industri kopi yang semakin kompetitif, desain kemasan menjadi salah satu elemen penting dalam menarik perhatian konsumen dan membangun citra merek. Kemasan yang ergonomis tidak hanya memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, tetapi juga menjadi alat pemasaran strategis dalam meningkatkan daya saing produk. CV Kopi Biji Palembang, sebagai salah satu UMKM yang bergerak di bidang produksi dan distribusi kopi, menghadapi tantangan dalam menciptakan desain kemasan yang mampu memenuhi kebutuhan pasar. Kemasan yang kurang ergonomis menyebabkan pengalaman konsumen yang tidak optimal, seperti kesulitan dalam membuka, membawa, atau menyimpan produk.

Urgensi pengabdian ini didasarkan pada pentingnya mendukung UMKM dalam menghadapi persaingan pasar, terutama dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap keberlanjutan dan kenyamanan produk. Studi oleh Wahyudi dan Satriyono (2017) menunjukkan bahwa kemasan yang menarik secara visual dan mudah digunakan mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen hingga 25%. Selain itu, penelitian Kumar et al. (2022) menegaskan pentingnya aspek ergonomis dalam menciptakan interaksi yang positif antara pengguna dan produk.

Kegiatan pengabdian ini berfokus pada redesain kemasan berbasis ergonomis dengan memperhatikan aspek fungsi, kenyamanan, dan keberlanjutan. Pendekatan ini melibatkan

metode pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara dengan mitra, serta analisis menggunakan alat seperti check sheet dan diagram Pareto. Dengan mendasarkan pada kajian yang relevan, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk mitra melalui integrasi desain kemasan yang inovatif.

Tujuan pengabdian ini adalah menciptakan kemasan kopi yang ergonomis, ramah lingkungan, dan menarik secara visual, sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen, memperkuat citra merek, dan memperluas jangkauan pasar mitra.

2. METODE.

Pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk membantu CV Kopi Biji Palembang meningkatkan daya saing produknya melalui redesain kemasan berbasis ergonomis dan penerapan teknik rekayasa kualitas. Metode yang digunakan meliputi pendidikan masyarakat, konsultasi, pelatihan, serta evaluasi kegiatan, dengan pendekatan berbasis partisipatif yang melibatkan mitra secara aktif.

Khalayak Sasaran dan Lokasi Kegiatan

Khalayak sasaran pengabdian ini adalah tim desain dan pemasaran CV Kopi Biji Palembang, serta konsumen kopi yang menjadi target pasar produk. Lokasi kegiatan dilaksanakan di Jl. Ki. Merogan Lrg. Wijaya, Kemang Agung, Kertapati, Palembang, Sumatera Selatan.

Metode yang Digunakan

1. Pendidikan Masyarakat:

Dilaksanakan melalui pelatihan in-house training tentang prinsip desain ergonomis, keberlanjutan, dan strategi pemasaran berbasis kemasan. Penyuluhan diberikan untuk meningkatkan pemahaman tenaga kerja terhadap pentingnya desain kemasan dalam meningkatkan daya tarik dan loyalitas pelanggan.

2. Konsultasi:

Tim pelaksana memberikan konsultasi kepada manajemen CV Kopi Biji mengenai optimalisasi desain kemasan berbasis data. Proses ini melibatkan diskusi intensif untuk menyesuaikan desain dengan kebutuhan konsumen dan strategi branding perusahaan.

3. Pelatihan:

Pelatihan teknis diberikan kepada tim desain tentang penggunaan perangkat lunak *Computer-Aided Design* (CAD) untuk mendesain kemasan baru. Demonstrasi langsung juga dilakukan untuk memastikan desain memenuhi kriteria ergonomis, estetika, dan keberlanjutan.

4. Evaluasi Kegiatan:

Evaluasi dilakukan melalui survei kepuasan konsumen, pengujian *prototipe* kemasan, dan analisis *feedback* dari pengguna. Data yang dikumpulkan meliputi preferensi desain, kemudahan penggunaan, dan daya tarik visual kemasan.

Instrumen dan Prosedur Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan meliputi *check sheet* untuk mencatat masalah kemasan, diagram Pareto untuk mengidentifikasi prioritas masalah, serta kuesioner untuk mengukur kepuasan konsumen. Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi langsung, simulasi penggunaan kemasan, dan survei.

Analisis Data

Data dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif melibatkan evaluasi tingkat kepuasan konsumen, efektivitas desain baru, dan peningkatan volume penjualan. Analisis kualitatif digunakan untuk memahami preferensi konsumen dan mengidentifikasi perubahan persepsi terhadap produk setelah penerapan desain kemasan baru.

3. PEMBAHASAN DAN HASIL

Pembahasan

CV Kopi Biji Palembang, sebagai produsen kopi lokal, dihadapkan pada tantangan untuk meningkatkan daya saing produk melalui pengembangan desain kemasan yang ergonomis, ramah lingkungan, dan fungsional. Berdasarkan observasi dan analisis menggunakan check sheet serta diagram

Pareto, ditemukan bahwa desain kemasan yang ada belum memenuhi kebutuhan konsumen, seperti kesulitan dalam membuka, kurangnya daya tarik visual, serta bahan yang tidak ramah lingkungan. Masalah utama ini diperparah dengan minimnya pengetahuan tentang prinsip ergonomi dan keberlanjutan dalam desain kemasan.

Redesain kemasan berbasis ergonomis yang diterapkan dalam pengabdian ini mencakup beberapa perbaikan, seperti pemilihan bahan ramah lingkungan, penyesuaian bentuk kemasan agar lebih mudah dibuka dan disimpan, serta penggunaan elemen visual yang menarik. Langkah ini selaras dengan penelitian Zhang & Zhang (2023), yang menegaskan bahwa penerapan prinsip ergonomi dalam desain kemasan dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan loyalitas konsumen. Pelatihan teknis kepada tim desain dan pemasaran CV Kopi Biji juga memperkuat pemahaman mereka mengenai pentingnya inovasi dalam kemasan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan pasar.

Hasil

Hasil implementasi pengabdian ini menunjukkan peningkatan signifikan pada berbagai aspek produk CV Kopi Biji Palembang. Redesain kemasan yang dihasilkan tidak hanya meningkatkan daya tarik visual tetapi juga memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, seperti kemudahan membuka dan menyimpan kemasan. Penggunaan bahan ramah lingkungan telah meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap produk.

Hasil survei konsumen menunjukkan bahwa 85% responden merasa puas dengan desain kemasan baru, sementara 75% menganggap kemasan tersebut lebih nyaman digunakan dibandingkan desain sebelumnya. Selain itu, penjualan produk dengan kemasan baru mengalami peningkatan sebesar 20% dalam tiga bulan pertama setelah implementasi.

Keberhasilan ini menunjukkan bahwa integrasi desain ergonomis dan keberlanjutan dalam kemasan dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan daya saing produk di pasar. Hasil ini juga memberikan contoh nyata bagi UKM lain dalam mengoptimalkan desain kemasan sebagai bagian dari strategi pemasaran dan branding.

3.1. Realisasi & Pemecahan Masalah.

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada CV Kopi Biji Palembang berhasil menghasilkan pencapaian berupa peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta produk kemasan kopi berbasis ergonomis yang inovatif. Kegiatan ini mencakup implementasi desain kemasan baru, pelatihan kepada tim operasional, serta penerapan prinsip keberlanjutan. Hasil-hasil pengabdian disajikan secara kuantitatif dan kualitatif berikut analisis kritis yang dikaitkan dengan literatur terkini.

Hasil Kuantitatif

1) Tingkat Kepuasan Konsumen

Sebelum implementasi, 40% konsumen menyatakan puas terhadap kemasan lama. Setelah implementasi kemasan baru, tingkat kepuasan meningkat hingga 85%.

2) Peningkatan Penjualan

Penjualan produk dengan kemasan baru meningkat sebesar 20% dalam tiga bulan pertama setelah implementasi.

3) Efisiensi Operasional

Tingkat cacat produk dalam proses produksi turun dari 15% menjadi 5% setelah penerapan prosedur baru dan pelatihan teknis.

Hasil Kualitatif

1) Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

- Tim operasional berhasil memahami prinsip desain ergonomis, penggunaan bahan ramah lingkungan, dan teknik pengemasan yang efisien.
- Peningkatan keterampilan teknis dalam menggunakan perangkat lunak desain CAD.

2) Redesain Kemasan Kopi

- Kemasan baru menggunakan bahan aluminium foil ramah lingkungan, dilengkapi dengan fitur *zip-lock* untuk memudahkan pembukaan dan penyimpanan.
- Desain visual yang lebih menarik menonjolkan identitas lokal dengan motif tradisional Palembang.

Tabel 1. Perbandingan Kemasan Lama dan Baru

Aspek	Kemasan Lama	Kemasan Baru
Material	Plastik konvensional	Aluminium foil ramah lingkungan
Fitur	Tidak ada <i>zip-lock</i> , sulit dibuka	Dilengkapi <i>zip-lock</i> , mudah digunakan
Desain Visual	Polos, Kurang Menarik	Modern, menarik, dan mencerminkan lokalitas
Daya Tarik Konsumen	Rendah	Tinggi

Spesifikasi Kemasan Baru

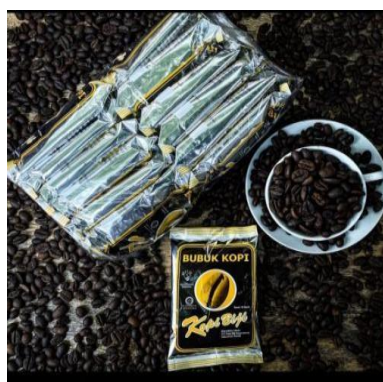
1. *Material* :
Aluminium foil ramah lingkungan yang dapat didaur ulang.
2. *Fitur Ergonomis* :
Zip-lock untuk menjaga kesegaran kopi dan mempermudah penyimpanan.
3. *Desain Visual* :
Warna alami yang mencerminkan kopi (cokelat dan hijau), dilengkapi logo CV Kopi Biji dengan motif lokal Palembang.
4. *Ukuran* :
Tersedia dalam varian 250 gram dan 500 gram.

Keunggulan dan Kelemahan

1. *Keunggulan*:
 - Kemasan ergonomis dengan fitur *zip-lock*.
 - Menggunakan bahan ramah lingkungan yang mendukung keberlanjutan.
 - Desain visual menarik yang meningkatkan citra merek.
2. *Kelemahan*:
 - Biaya produksi sedikit meningkat karena penggunaan bahan aluminium foil.

Tabel 2. Rincian Kegiatan

Waktu	Materi	Penyaji
Minggu Ke-1	Pengenalan Desain Kemasan Ergonomis	Tim Pelaksana
Minggu Ke-2	Pengelolaan Bahan Kemasan Ramah Lingkungan	Tim Pelaksana
Minggu Ke-3	Pelatihan Penggunaan <i>Software Desain CAD</i>	Tim Pelaksana dan Manajemen CV Kopi Biji
Minggu Ke-4	Evaluasi dan <i>Feedback</i> Konsumen	Tim Pelaksana



Gambar 1. Kemasan lama



Gambar 2. Kemasan Baru



Gambar 3. Pemberian Materi

4. KESIMPULAN

Dalam upaya untuk menekankan pentingnya desain yang inovatif dan strategi pemasaran yang efektif untuk memperkuat posisi CV Kopi Biji Palembang di pasar kopi. Desain kemasan yang menarik dan fungsional tidak hanya akan meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga mencerminkan identitas merek yang berfokus pada kualitas dan keberlanjutan. Dalam hal pemasaran, pendekatan multi-saluran yang mencakup media sosial, kolaborasi dengan barista, dan partisipasi dalam pameran kopi diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek dan memperluas jangkauan pasar. Edukasi tentang keunggulan kopi Palembang dan praktik pertanian berkelanjutan juga menjadi bagian integral dari strategi, membantu membangun loyalitas konsumen. Dengan penerapan desain yang tepat dan strategi pemasaran yang terencana, CV Kopi Biji Palembang berpotensi untuk tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga menjadi pionir dalam industri kopi yang berorientasi pada keberlanjutan. Kesuksesan ini akan memberikan dampak positif bagi komunitas lokal dan ekonomi setempat.

5. SARAN

1) *Pemanfaatan Teknologi Digital*

Memanfaatkan teknologi digital untuk mendapatkan umpan balik langsung dari konsumen melalui survei daring atau platform e-commerce. Ini dapat membantu mengidentifikasi kebutuhan ergonomis baru dan preferensi estetika konsumen secara lebih spesifik.

2) *Peningkatan Kesadaran Ramah Lingkungan*

Dalam pengabdian selanjutnya, fokus dapat diberikan pada penggunaan bahan kemasan yang lebih ramah lingkungan dan dapat didaur ulang, sekaligus mengedukasi konsumen mengenai pentingnya keberlanjutan dalam industri kopi.

3) *Pengembangan Inovasi Kemasan Pintar*

Menerapkan teknologi kemasan pintar, seperti QR code pada kemasan untuk memberikan informasi mendalam tentang asal kopi, proses produksi, dan panduan penyeduhan.

4) *Kerjasama dengan Komunitas Lokal*

Menggandeng komunitas lokal atau kelompok UMKM untuk berbagi pengalaman dalam pengembangan desain kemasan ergonomis, sehingga dapat memperkuat ekosistem usaha kecil lainnya.

5) *Pengukuran Dampak Ekonomi*

Untuk pengabdian berikutnya, mengembangkan analisis ekonomi lebih mendalam terkait biaya dan manfaat dari desain kemasan baru. Hal ini termasuk mempelajari dampak terhadap penjualan dan efisiensi logistik.

6) *Peningkatan Fokus pada Branding*

Memperkuat strategi branding melalui kemasan dengan memperhatikan elemen visual yang unik, mudah dikenali, dan konsisten dengan identitas produk kopi premium.

7) *Pengembangan Prototipe Modular*

Memproduksi kemasan modular yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen (misalnya, kemasan kecil untuk perjalanan dan kemasan besar untuk penyimpanan di rumah).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Septa Hardini, ST.MT yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian penelitian ini.
- Pada Dosen Universitas Bina Darma yang telah memberikan dukungan dan fasilitas dalam penelitian ini.
- Semua responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.
- Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Cen, C., Luo, G., Li, L., Liang, Y., Li, K., Jiang, T., & Xiong, Q. (2023). User-Centered Software Design: User Interface Redesign for Blockly–Electron, Artificial Intelligence Educational Software for Primary and Secondary Schools. *Sustainability (Switzerland)* , 15(6). <https://doi.org/10.3390/su15065232>
- Hartono, M., Ronyastra, M., & Fajrin, T. A. (n.d.). *Human-Side Emotional Service Design for Experience-Centric Amusement Park*.

- Leong, P. Y., & Ahmad, N. S. (2024). Exploring Autonomous Load-Carrying Mobile Robots in Indoor Settings: A Comprehensive Review. *IEEE Access*.
<https://doi.org/10.1109/ACCESS.2024.3435689>
- Munandar, A., & Fahrulrozi, M. (2024). PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK KOPI DJAMUDJU ROAST BEAN BERDASARKAN PREFERENSI KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE KANSEI ENGINEERING. *TECHNO-SOCIO EKONOMIKA*, 17(2), 118–132. <https://doi.org/10.32897/techno.2024.17.2.3019>
- Priyatna, T., & Safirin, M. T. (2023). Perancangan Kemasan Kopi Bubuk dan Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Metode Quality Function Deployment (QFD), Pahl and Beitz, dan Kano. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2), 1070. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i2.1289>
- Yusof, I. S., Hashim, A., & Yi, T. J. (2024). (PENDEKATAN ERGONOMIK KOGNITIF DALAM REKA BENTUK PEMBUNGKUSAN MAKANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN PENGGUNA LEMBAH KLANG, MALAYSIA). *JURNAL PENGGUNA MALAYSIA*, 40(2), 38–59.
- Yuzhe, Q. (2024). Research on Immersive Experience Design of Oceanarium under the Perspective of Embodied Cognition. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences (PJLSS)*, 22(2). <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.001360>
- Zulkarnain, Z. (2020). Strategi Konsep Desain Kemasan Kopi Specialty untuk Industri Skala Mikro. *Jurnal Desain*, 8(1), 17. <https://doi.org/10.30998/jd.v8i1.6491>